

Dakwah Melalui Animasi pada Akun TikTok @taarts_tok

Wisga Putra Julian^{*}, Muhammad Fauzi Arif, N Sausan M Shaleh

Prodi Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

wisgaputra@gmail.com, muhammadfauziarif@gmail.com, umukhosa84@gmail.com

Abstract. This study discusses the method of da'wah through animation on the TikTok @taarts_tok account, which is aimed at the younger generation, especially Generation Z. The phenomenon of the rise of digital da'wah encourages the importance of an attractive and time-appropriate delivery strategy. The purpose of this research is to find out the form and characteristics of animated da'wah content and the da'wah methods applied. This study uses a descriptive qualitative method with data collection techniques in the form of observation, interviews, and documentation. The object of the research is a TikTok account @taarts_tok with visual da'wah content based on 2D animation. Data analysis uses content analysis techniques through data reduction, presentation, and verification. The results of the study show that this account applies the methods of bil hikmah, maw'izhah hasanah, and mujadalah as in QS. An-Nahl:125. The delivery of da'wah is packaged with light narratives, expressive visuals, and communicative language styles. These findings show that social media such as TikTok can be an effective and interactive means of da'wah if developed creatively.

Keywords: *Da'wah, Animation, TikTok.*

Abstrak. Penelitian ini membahas metode dakwah melalui animasi pada akun TikTok @taarts_tok, yang ditujukan kepada generasi muda, khususnya Generasi Z. Fenomena maraknya dakwah digital mendorong pentingnya strategi penyampaian yang menarik dan sesuai zaman. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk dan karakteristik konten dakwah animasi serta metode dakwah yang diterapkan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Objek penelitian adalah akun TikTok @taarts_tok dengan konten dakwah visual berbasis animasi 2D. Analisis data menggunakan teknik analisis isi melalui reduksi, penyajian, dan verifikasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun ini menerapkan metode bil hikmah, maw'izhah hasanah, dan mujadalah sebagaimana dalam QS. An-Nahl:125. Penyampaian dakwah dikemas dengan narasi ringan, visual ekspresif, dan gaya bahasa yang komunikatif. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial seperti TikTok dapat menjadi sarana dakwah yang efektif dan interaktif jika dikembangkan secara kreatif.

Kata Kunci: *Dakwah, Animasi, TikTok.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berinteraksi, memperoleh informasi, hingga menyampaikan pesan keagamaan. Dakwah Islam yang dulunya banyak disampaikan secara langsung melalui ceramah di masjid atau pengajian kini mulai mengalami pergeseran ke media sosial. Salah satu platform yang paling populer di kalangan generasi muda saat ini adalah TikTok. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2024 terdapat lebih dari 221 juta pengguna internet di Indonesia, dengan lebih dari 75% penggunaanya berusia antara 13 hingga 18 tahun. Data ini menunjukkan potensi besar media sosial, khususnya TikTok, sebagai ruang alternatif untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman secara luas dan efisien kepada Generasi Z (APJII, 2024).

Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang sangat dekat dengan teknologi, memiliki ketertarikan tinggi terhadap media visual dan konten yang interaktif, serta cenderung menyukai penyampaian pesan yang ringkas, ringan, dan menghibur. Oleh karena itu, metode dakwah tradisional yang kaku dan monoton sering kali kurang efektif untuk menjangkau mereka. Pendekatan dakwah yang lebih kreatif, komunikatif, dan kontekstual menjadi kebutuhan dalam era dakwah digital saat ini (Hasan 2014). Menurut (Lester 2013), komunikasi visual memiliki kekuatan dalam menyampaikan pesan secara estetik sekaligus membentuk persepsi dan emosi *audiens*, terutama ketika digunakan dalam bentuk animasi.

Dakwah memainkan peran penting dalam perkembangan masyarakat karena memiliki peran yang signifikan dalam membentuk nilai-nilai dan perilaku masyarakat. Dakwah berfungsi sebagai (1) penggagas yang akan memperkuat asas dan dasar masyarakat sesuai dengan Al-Quran dan Sunnah Rasul, (2) penggerak kepedulian orang terhadap lingkungan mereka, (3) penyuluh yang akan menjawab pertanyaan kehidupan, dan (4) perekat ukhuwa manusia dalam proses perkembangan masyarakat (Dianto 2018).

Karena metode dakwah tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi tetapi juga pada pembentukan karakter dan pemahaman yang lebih mendalam tentang ajaran Islam, diharapkan dapat menghasilkan perubahan positif dalam masyarakat dan meningkatkan kesadaran spiritual individu. Dalam pelaksanaannya, metode ini mencakup pendekatan yang bersifat edukatif dan persuasif, dan menggabungkan pengkaderan dan pembinaan komunitas sebagai bagian penting dari proses dakwah (Halik, 2018)

Fenomena dakwah kreatif ini dapat dilihat dalam akun TikTok @taarts_tok, yang menyajikan konten dakwah melalui animasi 2D dengan gaya penyampaian ringan, humoris, dan berbasis narasi kehidupan sehari-hari. Akun ini dikelola oleh Tahajudin Fajri, seorang animator muda yang berhasil mengemas nilai-nilai Islam ke dalam cerita visual berdurasi singkat yang mudah dipahami dan menarik perhatian pengguna. Salah satu kontennya yang berjudul “TIDAK ADIL!!!”, yang mengangkat isu ketidakadilan hukum melalui narasi sederhana namun mengena, telah ditonton lebih dari 8 juta kali dan memicu diskusi aktif di kolom komentar. Hal ini membuktikan bahwa pendekatan dakwah yang berbasis visual animasi dan dikemas secara relevan dengan isu sosial dapat menjangkau audiens secara luas dan menyentuh sisi emosional mereka (Kurniawan 2021).



Gambar 1. Profile Tiktok @taarts_tok

Metode dakwah yang digunakan dalam konten @taarts_tok dapat dianalisis menggunakan pendekatan yang tercantum dalam QS. An-Nahl ayat 125, yaitu bil hikmah (dengan kebijaksanaan), maw'izhah hasanah (nasihat yang baik), dan mujaadalah (berdiskusi dengan cara yang baik). Menurut (Arkiang and Adwiah 2019), ketiga pendekatan ini tidak hanya mencerminkan prinsip-prinsip dakwah yang lembut dan persuasif, tetapi juga relevan diterapkan dalam konteks dakwah digital masa kini. Namun, masih sedikit penelitian yang secara spesifik mengkaji bagaimana pendekatan Qur'ani ini diterapkan melalui medium visual animasi di media sosial seperti TikTok.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk dan karakteristik konten dakwah animasi yang disajikan oleh akun TikTok @taarts_tok, serta menganalisis metode dakwah kreatif yang diterapkan dalam setiap videonya. Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana bentuk dan karakteristik penyampaian konten dakwah animasi yang disajikan oleh akun TikTok @taarts_tok? dan (2) Bagaimana metode dakwah melalui animasi diterapkan oleh akun tersebut?

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan literatur dakwah kontemporer, khususnya dalam ranah komunikasi digital berbasis visual. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para dai, pendidik, kreator konten, dan institusi dakwah dalam merancang strategi komunikasi Islam yang lebih adaptif dan relevan dengan karakteristik generasi muda. Unsur kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokus analisis terhadap integrasi metode dakwah Qur'ani dalam bentuk animasi 2D di platform TikTok, yang hingga kini masih jarang dikaji secara mendalam dalam karya ilmiah.

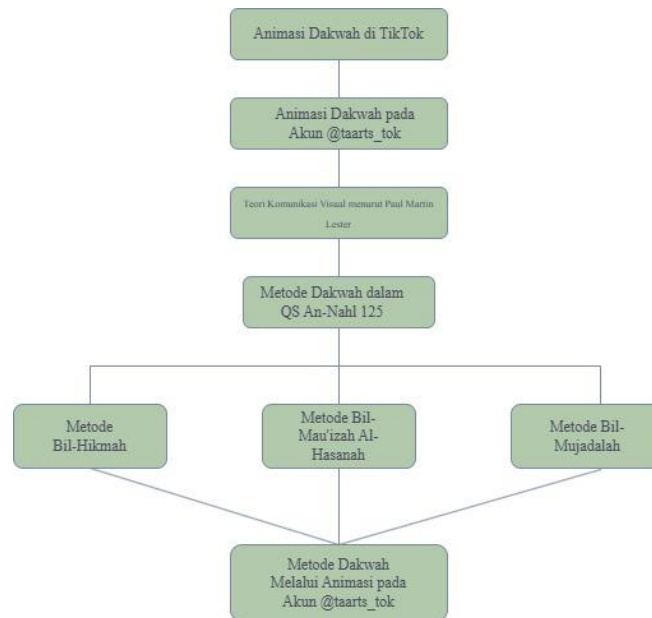
B. Metode

Penelitian ini termasuk dalam kategori *original research* karena berbasis pada hasil pengamatan dan analisis langsung terhadap konten dakwah animasi dalam media sosial. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, yakni pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena secara menyeluruh dan mendalam dalam bentuk narasi deskriptif. Metode ini dianggap relevan karena dapat menggali secara komprehensif makna yang terkandung dalam pesan dakwah visual yang disajikan melalui platform TikTok. Menurut (M. Ansyar Bora 2025), pendekatan kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, dengan mengandalkan peneliti sebagai instrumen kunci.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi (Fadilha 2022). Observasi dilakukan secara non-partisipasi terhadap akun TikTok @taarts_tok, dengan fokus pada lima belas video animasi bertema dakwah yang diunggah antara Januari hingga Februari 2025. Observasi ini mencakup analisis isi narasi, elemen visual, serta interaksi

pengguna terhadap konten. Wawancara dilakukan secara daring menggunakan format semi-terstruktur kepada Tahajudin Fajri, kreator konten @taarts_tok, untuk memperoleh data mengenai proses kreatif, niat dakwah, serta pemilihan bentuk penyampaian pesan. Selain itu, dua orang followers aktif juga diwawancarai untuk menggali persepsi *audiens* terhadap konten dakwah yang ditampilkan. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengarsipkan data berupa tangkapan layar, statistik video (jumlah penonton, komentar, *likes*), serta *caption* yang menyertai konten.

Maka itu untuk memudahkan pembacaan dalam kerangka pemikiran disajikan dengan tabel sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Sumber data yang digunakan terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari hasil observasi dan wawancara, sedangkan data sekunder berasal dari literatur ilmiah seperti buku teori dakwah dan komunikasi visual, artikel jurnal, serta dokumentasi yang tersedia di media sosial TikTok. Penelitian ini juga merujuk pada data sebelumnya yang relevan untuk membangun kerangka teori dan analisis.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*). Menurut (Krippendorff 2022), analisis isi merupakan metode yang sistematis untuk menafsirkan pesan bermakna dari komunikasi tertulis, visual, atau audio. Analisis dalam penelitian ini mengacu pada model Miles dan Huberman (Schwandt 1996), yang terdiri dari tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilah bagian penting dari narasi, visualisasi, serta interaksi dalam video. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi tematik agar pola-pola penyampaian dakwah dapat dikenali. Terakhir, dilakukan verifikasi dan penarikan kesimpulan berdasarkan kesesuaian konten dengan metode dakwah dalam QS. An-Nahl:125, yaitu *bil hikmah* (kebijaksanaan), *maw'izhah hasanah* (nasihat yang baik), dan *mujadalah* (diskusi yang baik).

Yang menjadi landasan umum metode dakwah dalam Al-Qur'an terkandung dalam QS. An-Nahl: 125.

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah⁴²⁴) dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.”

Bil hikmah dalam metode dakwah berarti pendekatan yang bijaksana dan penuh kebijaksanaan dalam menyampaikan ajaran agama Islam. Pendekatan ini menekankan betapa pentingnya menyampaikan ajaran dengan cara yang santun dan lembut tanpa menggunakan cara yang kasar atau memaksakan. Seorang pendakwah harus memiliki pemahaman yang luas tentang ajaran Islam, serta konteks sosial dan budaya orang-orang yang mereka dakwakan. Akibatnya, pesan yang disampaikan tidak hanya relevan, tetapi juga diterima dengan baik oleh pendengar. Selain itu, penggunaan argumen logis dan rasional adalah komponen penting dari *bil hikmah*, yang memungkinkan penjelasan mudah tentang konsep agama (Nove and Dian 2023).

Maw'izhah al-hasanah, yang berarti "nasihat yang baik" dalam bahasa Arab. Metode ini menekankan penyampaian nasihat, pelajaran, atau peringatan dengan cara yang ramah dan tidak menyinggung. Dalam situasi seperti ini, pendakwah diharapkan menggunakan bahasa yang sopan dan tidak kasar agar pesannya lebih mudah diterima oleh pendengar. Memberikan contoh langsung dari ajaran yang disampaikan melalui perilaku sehari-hari dan kisah-kisah inspiratif dari tokoh-tokoh Islam merupakan bagian penting dari *maw'izhah al-hasanah* (Ismail and Nawari 2010).

Mujadalah adalah metode dakwah yang melibatkan dua kelompok untuk berbicara dan berbagi pendapat tanpa permusuhan. Metode ini dirancang untuk menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang baik, menghargai satu sama lain, dan mengedepankan rasionalitas. Setiap pihak dalam proses mujadal saling mengeluarkan pendapat dan bertukar pendapat untuk meningkatkan pemahaman satu sama lain. Metode ini tidak hanya mengajarkan masyarakat tentang ajaran Islam melalui diskusi konstruktif, tetapi juga mendorong audiens untuk berpikir kritis dan terbuka terhadap pandangan yang berbeda (Quraish 2000).

Teori Komunikasi Visual Paul Martin Lester menawarkan kerangka analisis mendalam melalui enam perspektif personal, historis, teknis, etis, kultural, dan kritis untuk memahami bagaimana elemen visual seperti bentuk, warna, gerakan, dan simbol menyampaikan makna dalam media animasi dakwah di TikTok. Misalnya, pendekatan teknis dapat menjelaskan bagaimana gerakan animasi yang halus dan pemilihan warna kontras dirancang untuk menarik perhatian *audiens* muda, sedangkan perspektif kultural membantu menginterpretasi makna simbol-simbol Islam seperti hijab, kaligrafi, atau representasi surga dan neraka dalam konteks budaya lokal.

Proses penelitian dilakukan secara sistematis, dimulai dari perumusan masalah, kajian teori, pengumpulan data, analisis isi, hingga penyusunan artikel ilmiah. Seluruh tahapan ini diarahkan untuk menjawab rumusan masalah sekaligus menggambarkan sejauh mana metode dakwah kreatif dapat diterapkan dalam konten animasi TikTok.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk dan karakteristik konten dakwah animasi yang disajikan oleh akun TikTok @taarts_tok, serta menganalisis metode dakwah yang digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman kepada *audiens*, khususnya Generasi Z. Data diperoleh melalui observasi terhadap sepuluh video dakwah animasi, wawancara dengan kreator akun, serta dokumentasi digital. Data kemudian dianalisis menggunakan metode analisis isi untuk memahami pola-pola visual, naratif, dan metode dakwah yang digunakan.

TikTok sebagai salah satu platform media sosial yang tengah populer di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda, telah menjadi ruang baru dalam penyebaran pesan-pesan dakwah Islam. Perkembangan teknologi digital memunculkan beragam bentuk kreatif dalam menyampaikan nilai-nilai keagamaan, salah satunya melalui animasi. Konten dakwah animasi menjadi salah satu pendekatan yang menarik karena mampu menggabungkan unsur visual yang komunikatif dengan pesan moral yang mendidik. Akun TikTok @taarts_tok merupakan salah satu contoh kreator yang memanfaatkan media animasi untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah secara ringkas, menarik, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Untuk memahami lebih jauh bagaimana konten dakwah animasi ini dikemas, penting untuk mengkaji bentuk penyajiannya serta karakteristik khas yang dimunculkan dalam setiap unggahan.

Terhadap 15 video yang dipublikasikan oleh akun TikTok @taarts_tok selama periode Januari hingga Februari, ditemukan bahwa bentuk penyampaian konten dakwah cenderung konsisten dalam gaya dan struktur. Konten dikemas dalam format narasi singkat berdurasi 30 hingga 60 detik, menyesuaikan dengan karakteristik TikTok sebagai platform yang mengutamakan penyajian informasi secara cepat, ringkas, dan langsung.

Bentuk dan Karakteristik Konten Dakwah Animasi

Konten dakwah pada akun @taarts_tok memiliki karakteristik visual yang konsisten dan mudah dikenali. Gaya animasi 2D yang digunakan cenderung sederhana namun ekspresif, dengan penekanan pada mimik wajah dan *gestur* tubuh karakter. Warna-warna yang digunakan dominan lembut dan kontras, yang bertujuan agar visual dapat menarik perhatian di tengah arus konten TikTok yang sangat cepat. Durasi video berkisar antara 30–90 detik, sesuai dengan karakteristik pengguna TikTok yang menyukai informasi singkat dan padat.

Setiap video umumnya diawali dengan narasi yang ringan, kemudian masuk ke konflik atau fenomena sosial, dan ditutup dengan pesan moral serta kutipan ayat Al-Qur'an atau hadis. Gaya bahasa yang digunakan juga bervariasi, mulai dari bahasa formal hingga semi-santai, tergantung pada tema yang diangkat. Narasi disampaikan melalui *voice-over* yang disinkronkan dengan pergerakan animasi, disertai teks yang memperkuat isi dakwah. Unsur humor dan kejutan juga sering digunakan untuk menjaga perhatian *audiens*.

Setiap video mengandung struktur cerita sederhana yang terdiri dari pembukaan, konflik atau pesan utama, dan diakhiri dengan penguatan berupa ayat Al-Qur'an atau hadis. Narasi disampaikan oleh karakter animasi melalui teknik *voice-over* dengan intonasi pelan dan ritme lambat, menciptakan suasana yang tenang dan reflektif.

Metode Dakwah yang Digunakan

Analisis terhadap konten video menunjukkan bahwa akun @taarts_tok menerapkan pendekatan dakwah sebagaimana termuat dalam QS. An-Nahl:125, yaitu *bil hikmah*, *maw'izhah hasanah*, dan *mujadalah*. Pendekatan *bil hikmah* terlihat dari penyampaian pesan dakwah yang dilakukan secara halus, menggunakan pendekatan logis, dan menyentuh akal sehat *audiens*. Sebagai contoh, dalam video "TIDAK ADIL!!!", isu ketimpangan hukum disampaikan melalui dialog satir dan ilustrasi visual yang merefleksikan realita, namun tetap dibungkus dengan kebijaksanaan dan tanpa menghakimi.

Pendekatan *maw'izhah hasanah* digunakan dalam hampir semua video, terutama melalui kalimat penutup yang menyentuh dan penuh nasihat. Video "Kain Kafan", misalnya, menutup narasinya dengan kalimat: "Orang kaya, orang miskin akan ditutup dengan kain kafan yang sama." Kalimat ini menunjukkan nasihat spiritual yang mengingatkan pada kematian dan kesetaraan di hadapan Allah.

Adapun pendekatan *mujadalah* muncul dalam bentuk perbandingan nilai dan logika antara tokoh dalam animasi. Dialog dalam video seringkali menunjukkan dua sudut pandang berbeda, lalu diakhiri dengan solusi islami yang disampaikan melalui tokoh utama. Strategi ini membentuk ruang diskusi tersirat yang mengajak *audiens* untuk merenung dan menyimpulkan sendiri hikmah dari konten tersebut.

Temuan ini menunjukkan bahwa metode dakwah Qur'ani dapat diterapkan secara kreatif dalam medium animasi. Proses penyampaian dakwah melalui TikTok tidak hanya menjadi hiburan semata, tetapi juga memiliki potensi kuat dalam membentuk kesadaran religius pada generasi muda (Ramadhani and Fadhilah 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian Habib Reza Pahlawan et al. (Pundra Rengga Andhita 2002), yang menyatakan bahwa keberhasilan dakwah digital bergantung pada kombinasi antara konten visual yang menarik dan substansi pesan yang kuat.

D. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun TikTok @taarts_tok merupakan salah satu contoh inovasi dakwah digital yang efektif dalam menjangkau *audiens* muda, khususnya Generasi Z. Melalui pendekatan visual berbasis animasi 2D, akun ini berhasil menghadirkan pesan-pesan keislaman dengan gaya yang ringan, komunikatif, dan relevan dengan konteks sosial. Karakteristik kontennya yang memadukan narasi sederhana, humor edukatif, dan kutipan ayat atau hadis menjadikan dakwah terasa lebih dekat, reflektif, dan tidak menggurui.

Metode dakwah yang diterapkan oleh akun ini merujuk pada prinsip dakwah Qur'ani dalam QS. An-Nahl:125, yaitu *bil hikmah* (dengan kebijaksanaan), *maw'izhah hasanah* (nasihat yang baik), dan *mujadalah* (diskusi dengan cara yang baik). Ketiga metode ini mampu dikemas secara menarik melalui bentuk animasi yang simbolik dan naratif, memperkuat efektivitas pesan dalam membentuk kesadaran religius dan moral *audiens* secara halus namun mendalam.

Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa media sosial seperti TikTok, yang selama ini kerap dianggap sebagai platform hiburan semata, dapat dioptimalkan menjadi sarana dakwah yang edukatif dan transformatif jika digunakan secara kreatif dan bertanggung jawab. Penggabungan antara teknologi digital, seni visual, dan nilai keislaman menjadi kunci dalam membangun komunikasi dakwah yang inklusif dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Sebagai saran, penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur secara statistik dampak konten dakwah visual terhadap perubahan pemahaman atau sikap religius *audiens*. Penelitian juga dapat diperluas ke platform lain seperti Instagram, YouTube Shorts, atau Snapchat untuk membandingkan efektivitas dakwah lintas media. Selain itu, penting untuk mendorong pelatihan dan kolaborasi antara pendakwah dan kreator animasi agar konten-konten dakwah ke depan semakin berkualitas, menarik, dan berdampak luas.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Tahajudin Fajri selaku pemilik akun TikTok @taarts_tok atas kesediaannya menjadi narasumber dalam penelitian ini. Terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing serta seluruh tim penguji di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, yang telah memberikan arahan dan masukan berharga dalam proses penyusunan penelitian ini. Penulis juga menghargai bantuan teman-teman yang turut memberikan dukungan teknis dan moral selama proses pengumpulan data hingga penyusunan artikel ini.

Daftar Pustaka

- Andhiya, S., Shaleh, K., & Natsir, M. A. (n.d.). *Penerapan Nilai-Nilai Dakwah dalam Pemasaran Produk Busana Muslimah Guna Meraih Keberkahan pada Brand Jamise Syar'i*. <https://journals.sangkuriangpublisher.com/person>
- Arkiang, F., & Adwiah, R. (2019). Konsep Dakwah Maudhatul Hasanah dalam Surat An-Nahl Ayat 125. *Murabby: Jurnal Pendidikan Islam*, 2(1), 57–68. <https://doi.org/10.15548/mrb.v2i1.329>
- Dianto, I. (2018). PERANAN DAKWAH DALAM PROSES PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM. *Hikmah*, 12(1), 90. <https://doi.org/10.24952/hik.v12i1.854>
- Fadilha, R. (2022). Resepsi Hadis di Media Sosial Studi Kasus Film Animasi Nussa Episode Adab Menguap. *AL-MANAR: Jurnal Kajian Al-Quran Dan Hadits*, 8(1), 291–316.
- Halik, A. (2018). Paradigma Kritik Penelitian Komunikasi (Pendekatan Kritis-Emansipatoris Dan Metode Etnografi Kritis). *Jurnal Tabligh*, 19(2), 162–178.
- Hasan, M. (2014). *Dakwah Kontemporer: Strategi dan Metode*. Kencana Prenada Media Group.
- Ismail, & Nawari. (2010). *Pergumulan Dakwah Islam*. Pustaka Book Publisher.
- Krippendorff, K. (2022). Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. In 2nd (Ed.), *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781071878781>

- Kurniawan, A. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah pada generasi milenial. *Al-Munzir: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 14(2), 110–121. <https://doi.org/10.31332/am.v14i2.2912>
- Lester, P. (2013). *Visual Communication: Images with Messages*. 448.
- M. Ansyar Bora. (2025). Penelitian Kualitatif: Metode Penelitian Kualitatif. In *Jurnal EQUILIBRIUM* (Vol. 5, Issue January). Rajawali Pers.
- Nabiila Setiawan, & Muhammad Fauzi Arif. (2023). Pengaruh Video Dakwah pada Akun Tiktok @Faizinaufal terhadap Kesadaran Followers. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 35–42. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.vi.2273>
- Nove, & Dian. (2023). Implementasi Dakwah Bil-Hikmah oleh Kyai di Pesantren Hurrasul Aqidah Tarakan. *Jurnal Borneo Islamic Education*, 3(1), 1–17.
- Pundra Rengga Andhita. (2002). Komunikasi Visual. In *Journal of Chemical Information and Modeling: Vol. lim* (Issue 2009). Zahira Media Publisher.
- Quraish, M. (2000). *Membumikan Al-Qur'an: Fungsi dan Peran Al-Qur'an dalam Kehidupan*. Mizan.
- Ramadhani, D. R., & Fadhilah, N. (2022). Efektivitas konten dakwah visual dalam meningkatkan pemahaman agama generasi Z. *Jurnal Dakwah Digital*, 3(1), 45–57. <https://doi.org/10.25077/jdd.3.1.2022.45-57>
- Schwandt, T. A. (1996). Qualitative data analysis: An expanded sourcebook. *Evaluation and Program Planning*, 19(1), 106–107. [https://doi.org/10.1016/0149-7189\(96\)88232-2](https://doi.org/10.1016/0149-7189(96)88232-2)
- Selvia Hanna Sajiddah. (2024). Studi Kasus Konten Shalawat sebagai Media Dakwah pada Akun Tiktok @Alfinanindiyani. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 95–98. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i2.5190>
- Wianda Anisya Salsabila, & Bambang Saiful Ma'arif. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Dakwah dalam Menjual Produk Sustainable Fashion di Tiktok. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 73–80. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i2.4999>
- Yayuh Khufibasyaris. (2024). Tren Fesyen Hijab Tiktok yang Memotivasi Cara Berpakaian Islami. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 17–24. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i1.3742>